


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы рекламы»

по направлению 51.03.01 «Культурология» (бакалавриат)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

- изучение студентами основ рекламной деятельности в условиях современной российской действительности, социокультурных и социоэкономических аспектов рекламы
- изучение и овладение основными понятиями, содержанием явлений, законами, теориями, а также методами и приемами рекламы и рекламной работы;
- выработка базовых навыков и умений принятия решений в процессе подготовки и реализации рекламных кампаний

Задачи освоения дисциплины:

- рассмотрение понятия рекламы, ее функций, разновидностей, средств, роли и значения рекламы в развитии современного общества;
- изучение общих принципов построения коммуникационной кампании организации;
- изучение основ выбора методов и средств осуществления рекламной кампании;
- формирование навыков организации рекламной деятельности;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы рекламы» Б1.О.31 относится к базовому циклу дисциплин. Изучается в 6 семестре.

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества. Дисциплины, на результатах освоения которых базируется данная дисциплина:


Основы проектного управления
 Основы предпринимательского права
 Проектная деятельность
 Социальное предпринимательство
 Проектно-технологическая практика
 Культура социальных групп и движений
 Маркетинг в сфере культуры

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин:

Экономические основы культурной деятельности
 PR-технологии в сфере культуры

а также для прохождения преддипломной практики и ГИА.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	подходы к понятию «реклама» и ее классификации, основные теории рекламирования, функции рекламы, роль рекламы в системе маркетинга; основные этапы рекламного процесса, социально-правовые аспекты рекламной деятельности, средства распространения рекламы	формулировать цели рекламы, выбирать вид и средства рекламирования; выбирать методы осуществления рекламной кампании, применять полученные знания для решения конкретных задач в сфере коммуникаций.	навыками принятия и реализации управленческих решений в сфере рекламной деятельности, методами и приемами осуществления эффективных рекламных кампаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

5. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, решение ситуационных задач и др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдаче зачета; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены виды текущего контроля: тестирование, устный опрос на семинарском занятии, контрольная работа.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.